

качестве актуального примера реализации данной стратегии можно обозначить решение руководства Санкт-Петербургского государственного политехнического университета о значительном облегчении процедуры поступления в вуз в 2006 году. Так, в текущем году абитуриенты, поступающие на общих основаниях, будут сдавать один базовый экзамен (в зависимости от факультета). Принимаются также результаты ЕГЭ. Вступительные испытания, обработка результатов и зачисление будут осуществлены в течение одного дня.

Прогнозируемое обострение конкурентной борьбы между вузами Санкт-Петербурга требует особого внимания к следующим элементам рыночной политики вуза.

В первую очередь ужесточение конкурентных стратегий в сфере образования диктует потребность в обоснованном ценообразовании; при формировании цены необходимо учитывать прогнозируемые особенности образовательного рынка и предполагаемые стратегии конкурентов в текущем году.

Наряду с продуманным ценообразованием важным элементом маркетингового продвижения становится разработка понятной и привлекательной для абитуриента схемы поступления в вуз. Таким образом, сам процесс поступления становится фактором имиджевой политики вуза, повышая его привлекательность для абитуриентов.

Помимо этого, имиджевая политика образовательного учреждения высшей школы нуждается в интенсификации разъяснительной работы в СМИ по привлечению абитуриентов. В условиях ужесточения конкурентной борьбы действенным оружием выступает активизация PR-деятельности, прежде всего в отношении демонстрации информационной открытости и готовности к диалогу со стороны руководства вуза.

Регулярный мониторинг образовательных потребностей потенциальных абитуриентов позволяет быстро и эффективно реагировать на вызовы внешней среды, отслеживать динамику информационных, образовательных, ценностно-ориентационных предпочтений целевой аудитории и оправдывать ожидания потребителей. С другой стороны, выявление конкурентных преимуществ вуза в целом и каждого учебного подразделения в отдельности (т. е. внутренней среды) позволит вести целенаправленную профориентационную работу.

В преддверии снижения потока абитуриентов Министерство образования и науки объявило о сокращении приема на 10,2% (всего планируется выделить 528 644 бюджетных места, из которых 371 317 – на очную форму обучения). В первую очередь будут снижены контрольные цифры приема по непрофильным гуманитарным специальностям; план приема по естественнонаучной группе специальностей не изменится по сравнению с 2005 годом.

Российский рынок образовательных услуг замер в ожидании первого серьезного спада потребительского спроса. Государственное регулирование в определенной степени снижает накал борьбы для государственных вузов, но, безусловно, не снимает проблемы. В обеих столицах обострение рыночной борьбы столкнет действительно сильных игроков образовательного пространства, и победа в предстоящем столкновении достанется тому, чья стратегия – в том числе маркетинговая – позволит предугадывать и вовремя удовлетворять образовательные запросы потребителей.

*Н. Ю. Белякова,
начальник отдела исследования
рынка образовательных услуг
управления внешних связей,
А. Н. Константинова,
ведущий маркетолог отдела*

УСПЕШНАЯ КАРЬЕРА: ОРИЕНТИРЫ МОЛОДЫМ

16 марта 2006 года состоялся обучающий семинар «Успешная карьера: ориентиры молодым», организованный центром содействия трудоустройству выпускников «Мост». Целью семинара было оказание помощи студентам старших курсов в ориентации на рынке труда Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Задачи семинара: информировать о юридических аспектах трудоустройства; ознакомить студентов с эффективными технологиями поиска работы.

На семинаре обсуждались такие важные для студенчества темы, как актуальные вопросы трудового законодательства для молодежи (трудовой кодекс РФ о трудоустройстве молодежи, договор о найме на работу: основные аспекты, испытательный срок), технологии эффективного поиска работы (построение карьеры для молодых специалистов, правильное планирование карьерного роста, выбор компании для получения опыта работы),

рейтинг спроса специалистов на рынке труда, основные требования работодателей к соискателю и правила написания резюме.

Ведущими семинара были главный юрист университета Н. А. Ляпина и руководитель группы экспресс-рекрутмента кадрового агентства «Анкор» Д. Масловская.

Обучающий семинар посетило около 200 студентов. Наиболее активными были студенты следующих факультетов: физической культуры (30 человек), философии человека (22 студента), факультета управления (20), юридический факультет (15), экономики (13). Студенты других факультетов были представлены в значительно меньшем количестве (1–2 человека). Возможно, это объясняется недостаточной информированностью студентов, а также тем, что семинар проходил во время учебных занятий, поэтому не все желающие смогли его по-

сетить. В ходе опроса оказалось очевидным, что далеко не все студенты считают для себя необходимыми знания по тем проблемам, которым посвящен семинар. Предшествующий опыт работы центра содействия трудоустройству показывает, что большая часть учащихся вуза, обратившихся в центр за помощью в подборе вакансии, не ориентируется на рынке труда и даже на старших курсах обучения не имеет четкой профессиональной ориентации.

На семинаре состоялось активное общение ведущих со студентами, которые уже задумались над проблемами трудоустройства и построения своей карьеры после окончания вуза.

Более 30% присутствовавших на семинаре – студенты III курса, представителей старших курсов (IV и V) – менее 30% от общего числа студентов, посетивших семинар, более 40% – студенты I и II курсов. На семинар в основном пришли студенты младших курсов. Однако на семинаре в 2006 году присутствовало большее (по сравнению с прошлым годом) количество студентов младших курсов, вместе с тем повысился процент студентов V курса (в 2005 году он составлял всего 1,4%, в 2006 году – 9,8% от общего числа посетивших обучающий семинар).

Таким образом, на семинаре 2006 года присутствовала аудитория, которая не вполне соответствовала целям и задачам данного мероприятия, что, несомненно, повлияло на его эффективность. Несмотря на это, студенты-участники достаточно высоко оценили организацию проведения семинара: большинство из них – на 4 балла (39% от числа студентов, участвовавших в семинаре), чуть меньшее количество – на 3 балла (25% от числа опрошенных студентов). Примерно такой же была оценка семинара в прошлом году. Положительно оценивая семинар, студенты особо подчеркивали актуальность тематики семинара, доступность изложения, возможность получить квалифицированные ответы на интересующие студентов вопросы.

Показательным представляется тот факт, что большинство студентов, принимавших участие в опросе, не смогли указать, какие темы, касающиеся трудоустройства, им хотелось бы рассмотреть подробно на следующих семинарах. Это свидетельствует о том, что многие из обучающихся слабо ориентируются в данной тематике, не представляют, с какими трудностями могут столкнуться при поиске работы и в процессе трудоустройства.

Вместе с тем некоторые из опрошенных активно интересовались особенностями трудоустройства молодых специалистов, возможностями карьерного роста, особенностями процесса трудоустройства иногородних, возможностями прохождения практик и стажировок в крупных организациях и учреждениях города, особенностями адаптации в коллективе и

многими другими проблемами, возникающими при трудоустройстве молодых специалистов.

По мнению большинства студентов (57,3% от числа опрошенных), необходима организация семинаров по тематике трудоустройства, желательно не реже двух раз в год. 85% студентов (от числа опрошенных) полагают, что получили на семинаре ту информацию, которая будет им полезной и необходимой в ситуации трудоустройства. Однако 13% опрошенных студентов не узнали на семинаре ничего нового или не смогли определить, интересна ли для них информация о трудоустройстве. Но в большинстве своем участники семинара отметили, что полученная на мероприятии информация будет полезной при поиске и устройстве на работу, при написании резюме и собеседовании, при выборе профессии.

На основе проведенного мониторинга итогов семинара можно сделать следующие выводы: с одной стороны, семинар явно имел положительные результаты (большинство посетивших его студентов получили полезную информацию, которая пригодится при поиске и устройстве на работу), с другой стороны, семинар выявил тот факт, что многие студенты мало представляют себе, с какими проблемами могут столкнуться при поиске работы, не знают своих прав как молодых специалистов, не ориентируются на рынке труда и недостаточно профориентированы.

Представляется, что в университете недостаточно ведется работа по профориентации, ориентации на рынке труда и технологиям поиска работы среди студентов разных курсов. Необходима консолидация усилий в этом направлении разных структурных подразделений вуза. Так, возможно включение лекций и семинаров по проблемам профориентации и трудоустройства в курс лекций по предмету «Введение в специальность» уже на младших курсах. Кроме этого, центр содействия трудоустройству продолжит организацию и проведение обучающих семинаров «Успешная карьера: ориентиры молодым» (примерно 2 раза в год) с привлечением ведущих специалистов по проблемам трудоустройства и ориентации на рынке труда. Также важно оказывать профориентационное, юридическое и психологическое сопровождение студентов при прохождении различного вида практик (на старших курсах).

В этом случае возможно будет усилить профориентационную подготовку студентов вуза, дать необходимую информацию по поиску и устройству на работу, что в итоге повлияет положительно на социализацию выпускников университета и повысит эффективность процесса их адаптации в обществе.

*А. Л. Мальчукова,
ведущий маркетолог центра содействия
трудоустройству выпускников*